

На правах рукописи



НОВИКОВ Иван Андреевич

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МУЗЫКИ
В РОССИЙСКОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
КОНТЕКСТЕ**

**Специальность 22.00.06 – социология культуры,
духовной жизни (социологические науки)**

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Ростов-на-Дону – 2009

**Работа выполнена в ГОУ ВПО «Южно-Российский
государственный университет экономики и сервиса»
на кафедре социальных технологий**

Научный руководитель:
доктор социологических наук, профессор
Шилкина Елена Леонидовна

Официальные оппоненты:
доктор философских наук, профессор
Штомпель Олег Михайлович

кандидат социологических наук, доцент
Фатальникова Елена Викторовна

Ведущая организация:
ФГОУ ВПО
**«Краснодарский государственный университет
культуры и искусств»**

Защита состоится «25» декабря 2009 г. в 11.00. часов на заседании
диссертационного совета Д. 212.208.19 по социологическим наукам
при ФГОУ ВПО «Южный Федеральный университет» по адресу:
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33, ауд. 202.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Педа-
гогического института ФГОУ ВПО «Южный федеральный универси-
тет» по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33

Автореферат разослан «25» ноября 2009

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000621536

Ученый секретарь
диссертационного совета

Л.Я. Хоронько

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования обусловлена целым рядом обстоятельств. Интенсивные трансформационные процессы современного российского общества изменили не только общественно-политическую и социально-экономическую ситуацию в стране, но и духовно-нравственный мир людей, модифицировали духовное потребление вообще и потребление музыки в частности.

В настоящее время возникает новая ценностно-ориентационная система принципов и стандартов, определяющая модификацию ценностных ориентаций, предпочтений, моделей поведения людей. Непременным компонентом, формирующим ценностно-ориентационные системы, является музыка, которая вошла в жизнь практически всего населения страны. Причем музыка самая разная, как по форме, так и в содержательно-ценностном плане. В связи с этим актуализируется проблема музыкальных предпочтений и их связь с ценностным миром людей. Разнообразные музыкальные произведения коррелируют с ценностным миром людей, принадлежащих к различным субкультурам. Поэтому исследование типологии слушательской аудитории является актуальным для понимания ценностных трансформаций населения современного российского общества. В этой связи проблемы, связанные с особенностями восприятия музыки, исследованием ее коммуникативных свойств, как никогда вышли на передний план в современной науке и практике.

В сегодняшней России, переживающей трудный этап изменения общественных форм, обращение к проблемам духовной жизни, исследование особенностей ценностного мира людей имеет большое значение и глубинный практический смысл. Известно, что музыка выражает духовный и нравственный потенциал человека и народа, что она влияет на духовное развитие как общества, так и отдельной личности. В музыке сосредоточен многовековой духовно-нравственный и социально-культурный опыт, который не может не оказывать серьезное влияние на внутренний мир социальных субъектов различной степени общности – от индивида до населения страны в целом.

Однако музыкальные предпочтения людей не идентичны, и в настоящее время музыкальная культура включает в себя множество жанров, стилей и направлений, взаимодействующих, а подчас и противостоящих друг другу. А так как все стили имеют своих приверженцев, это свидетельствует об определенной дифференциации как

музыкальных предпочтений, так и ценностного мира людей российского общества. Интенсивно развивающиеся средства массовых коммуникаций сделали распространенность музыки не ограниченной пространствами и государственными границами. Поэтому исследование музыкальных предпочтений представляется крайне актуальным для понимания процессов, связанных с идентичностью людей современного российского общества, стратифицированного по различным основаниям. Но музыка не только дифференцирует – она и объединяет людей, реализует коммуникативную функцию, приобретая тем самым значимые социальные функции.

Отметим, что эти функции недостаточно исследованы социологической наукой, несмотря на то что связь изменений в сфере музыкальной культуры и изменений общества в целом несомненна и доказана многочисленными исследованиями от античных времен и до наших дней. В условиях современного российского общества постановка и исследование этой проблемы актуализируется.

Степень разработанности проблемы. Над вопросами природы музыки, ее влияния на социальную жизнь работали еще античные ученые¹. В трудах средневековых авторов анализируются виды музыки, обращается внимание на проблемы, связанные с территориальными и социальными музыкальными предпочтениями. Вопросами изучения музыки Средневековья занимался Г. Мозера². Направление систематизации музыкальных жанров применительно к музыкальному искусству Франции развивалось Йоханесом де Грохео, творчество которого анализирует А. Сохор³. В эпоху Возрождения появляется тема, актуальная и в настоящее время, – это тема композитора и публики, тема зависимости творчества композитора от вкусов слушательской аудитории. Этот вопрос в XIX в. затрагивается, в основном, в творчестве писательского сословия и самих композиторов: К. Вебера, Р. Шумана, Ф. Листа, Г. Берлиоза, Р. Вагнера⁴, а в XX в. она заинтересует многих мыслителей⁵. В 90-х годах XIX в. появилась

¹ См.: Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Мн., 1998; Платон. Законы. М.: Мысль.

² Мозер Г. Музыка средневекового города / Пер. с нем. Л., 1927; Он же. Музыкальная форма как процесс. Кн. 1–2. Л., 1971.

³ См.: Сохор А. Структура, предмет и метод социологии музыки. [/http://music.prssiterun.com/muskultura.html](http://music.prssiterun.com/muskultura.html); Он же. Социология и музыкальная культура. М., 1975.

⁴ Вагнер Р. История моей жизни. СПб.: Terra Fantastica, 2003.

⁵ См.: Щюц А. Моцарт и философы / Пер с англ. Н.М. Смирновой // Вестник Европы. 2007. № 1; Он же. Светящиеся смыслы: Архетип, бессознательное и власть музыки // Ю.С. Борцов, Д.В. Матяш, Г.Е. Харламова. Феномены социокультурного пространства

на свет книга К. Беллага, изданная в России под названием «Музыка с социологической точки зрения»¹.

На рубеже XIX–XX веков в работах Г. Кречмара, П. Беккера, Г. Мозера и других ученых исследовалась музыка в контексте быта различных исторических эпох². Особо следует отметить П. Беккера, положившего начало социологии музыкального жанра³. Идеи социологии жанра развиваются в дальнейшем В. Цукерманом⁴. Проблемы взаимодействия музыки и духовной сферы общества затрагиваются в работах И. Гоффмана, К. Маннхейма, У. Уорнера и других исследователей⁵.

Фундаментальные разработки в области социологии музыки принадлежат представителю франкфуртской школы Теодору Адорно. Его работы «Философия новой музыки», «Диссонансы»⁶, «Музыка в управляемом мире» и другие представляют его концепцию искусства. Следует отметить также выдающегося исследователя музыкальной культуры, а также творчества Теодора Адорно А.В. Михайлова. Он показал значение социологии музыки Т. Адорно для исследования музыкальной сферы современных массовых индивидуализированных обществ⁷. Выдающийся представитель понимающей социологии Макс Вебер исследовал процесс рационализации музыки в историко-культурном процессе⁸.

(власть, музыка, смерть, информационные технологии): Учеб. пособие. Ростов н/Д, 1999; Капустин Ю. Музыкант и публика. Л., 1976; Цукерман В. Музыкальные жанры и основы музыкальных форм. М., 1964.

¹ См. об этом: Сохор А. Структура, предмет и метод социологии музыки. <http://music.prssiterun.com/muskultura.html>

² См.: Мозер Г. Музыка средневекового города; Он же. Музыкальная форма как процесс. Кн. 1–2. Л., 1971; Он же. Избр. статьи о муз. просвещении и образовании. Л., 1973; Дуначарский А.В. В мире музыки. М., 1971; Цукерман В.С. Музыка и слушатель, М., 1972; Капустин Ю. Музыкант и публика. Л., 1976; и др.

³ См.: Беккер П. Симфония от Бетховена до Малера / Пер. с нем. Р. Груббера. Л., 1926.

⁴ См.: Цукерман В. Музыкальные жанры и основы музыкальных форм.

⁵ См.: Ницше Ф. Казус Вагнера. Проблема музыканта: Соч.: В 2 т. М., 1990. Т. 2; Гоффман И. Порядок взаимодействия // Теоретическая социология: Антология / Под ред. С.П. Баньковской. Т. 2. М., 2002; Маннхейм К. Избранное. Социология культуры. М.; СПб., 2000; Уорнер У. Живые и мертвые: исследование символической жизни американцев. СПб., 2000; Традиции и опыт духовно-нравственного воспитания молодежи средствами классического музыкального искусства: Мат. всерос. науч.-практич. конф. VII Открытого фестиваля преп. и студ. муз. факультетов вузов России (19 апреля 2004 г.). Кострома: Изд-во КГУ им. Н.А. Некрасова, 2004.

⁶ См.: Адорно Т. Избранное. Социология музыки. М.–СПб., 1999.

⁷ Михайлов А.В. Выдающийся музыкальный критик. СПб., 2000.

⁸ Вебер М. Рациональные и социологические основания музыки // М. Вебер. Избранное. Образ общества. М., 1994.

Природа музыки, оставаясь до сегодняшнего времени неразгаданной, также привлекает внимание ученых. Среди них: Б.Е. Микиртумов, Т.М. Синецкая, В.Х. Яруллин и др.¹

Предметом внимания исследователей является также все многообразие социальных функций музыки. Ее функционирование в контексте информационных технологий исследуют ученые А.В. Крылова, Э. Лич, И. Ф. Юсупов и др.² Влияние музыки на формирование личности рассматривается в работах Н.Р. Исхаковой, Н.Б. Николаевой, Э.Е. Алексеева, Г.О. Головинского, Б.Т. Лихачева и др.³ В центре внимания исследователей музыки находятся также вопросы влияния музыки на образование молодежных субкультур и формирование социальных и национальных идентичностей⁴.

Резюмируя обзор исследований по проблеме диссертационной работы, можно фиксировать, что музыка в социологическом ракурсе

¹ См.: Микиртумов Б.Е. Сущность и смысл музыкального объекта // Я. (А. Слинин) и МЫ: к 70-летию профессора Ярослава Анатольевича Слинина. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002; Синецкая Т.М. Социология музыки. Челябинск, 1998; Дарк О. Превращение в музыку \Статьи\Русский журнал [www.russ.ru]\krug\html; Яруллин В.Х. К вопросу об онтологических основаниях музыки // Научное обозрение. 2007. № 3; и др.

² См.: Крылова А.В. Музыка в контексте современных информационных технологий // Мат. междунар. науч. конф. Социология музыки. М., 2007; Лич Э. Культура и коммуникация. Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии / Пер. с англ. И.Ж. Кожановской. М., 2001; Материалы международной научной конференции «Музыка в жизни общества». М., 2007; Юсупов И.Ф. Методологические вопросы изучения искусства как социального явления // Проблемы социального развития Республики Башкортостан: Сб. науч. трудов Института гуманитарных исследований АН РБ и кафедры социальной работы БашГУ. Уфа: Гилем, 2007; и др.

³ См.: Исхакова Н.Р. Приобщение молодежи к музыкальной культуре как фактор формирования общечеловеческих ценностей / <http://www.boza.ru/?q=node/110>; Николаева Н.Б. Социологические аспекты влияния музыки на формирование гармонично развитой личности // Теории и методы социологических исследований. М., 1987; Алексеев Э.Е., Головинский Г. и др. Молодежь и музыка сегодня // Социальные функции искусства и его видов. М., 1980; Человек в мире художественной культуры / Под ред. Ю.У. Фохта-Бабушкина. М., 1982; Традиции и опыт духовно-нравственного воспитания молодежи средствами классического музыкального искусства: Мат. Всерос. науч.-практ. конф. VII Открытого фестиваля преп. и студ. муз. факультетов вузов России (19 апреля 2004 г.). Кострома: Изд-во КГУ им. Н.А. Некрасова, 2004; Лихачев Б.Т. Теория эстетического воспитания школьников: Учеб. пособие по спецкурсу для студентов пед. ин-тов. М.: Просвещение, 1985; и др.

⁴ См.: Борисова Е.Б. Массовая музыкальная культура как фактор образования молодежных субкультур. Астрахань, 2007; Луков В.А. Особенности молодежных субкультур в России // Социол. исслед. 2002. №10; Музыка – язык современного поколения / <http://nevskiy.orthodoxy.ru/med/pov/rok.html>; Шапов К.С. Музыка как инструмент национализма // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. 2005. № 1; Он же. Симуляция национальных идентичностей средствами музыки // Вестник Московского индустриального университета. 2005. № 1; и др.

исследуется достаточно широко и всесторонне. Вместе с тем удельный вес работ по социологии музыки как специальной социологической теории в общем объеме социологических работ невелик. Из-за неопределенности трактовки и неоднозначности восприятия социологическое изучение музыки встречается не часто, а специальная социологическая теория – социология музыки – развивается с трудом, то соскальзывая в область исследования психофизиологических переживаний человека, сопровождающих восприятие музыки, то акцентируя внимание на самих произведениях, их «социологических» атрибутах.

Такое положение дел не адекватно самому предмету исследования – музыке, ее значимости в жизни каждого человека, ее многофункциональности и немаловажности для ценностного мира населения современного российского трансформирующегося общества.

Нуждаются в дальнейшей разработке такие, пока недостаточно исследованные, аспекты социологии музыки, как типология ее восприятия, коммуникативные качества и свойства музыки и социокультурный контекст потребления и восприятия музыки.

Цель настоящего диссертационного исследования состоит в выявлении коммуникативного аспекта музыки в современном российском обществе.

Для достижения обозначенной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. обосновать специфику социологической предметности музыки;
2. установить основания содержательной относительности структурной организации социологической теории музыки;
3. проанализировать теоретический смысл дискурса о соотносительности развития музыки и социума;
4. раскрыть эвристический потенциал типологии слушателей музыки Т. Адорно для эмпирических исследований слушательской аудитории;
5. выявить социокультурный контекст потребления и восприятия музыки в современном российском обществе;
6. определить коммуникативные свойства музыки.

Объектом исследования является музыка в ее социологическом измерении.

Предметом исследования выступает коммуникативный аспект музыки в социокультурном контексте современного российского общества.

Теоретико-методологические основы исследования представлены разработками в области изучения музыки. В диссертации автор основывается на эвристическом потенциале фундаментальных работ Т. Адорно в области социологии музыки, концепции рационализации музыки М. Вебера, идеях А. Шюца относительно внелогических форм знания и особенностей музыки как формы социальной коммуникации. Для выявления социокультурного контекста восприятия музыки в современном российском обществе диссертант опирался на работы отечественных и зарубежных исследователей А. Сохора, Н. Лумана, У. Липмана, Т.В. Лисовского. При анализе музыкальных субкультур диссертант обращается к работам Е.Б. Борисовой, И.А. Герасименко, Н.Р. Исхаковой. В основе методологии сбора и интерпретации эмпирических данных лежат разработки Б. Грушина и В. Ядова (метод анкетного опроса).

Эмпирическая основа исследования. Эмпирическую базу диссертации составили: результаты инициативного всероссийского опроса ВЦИОМа, проведенного 17–18 ноября 2007 г., который охватил в качестве респондентов 1600 человек в 153 населенных пунктах 46 областей, краев и республик России; материалы социологических исследований, проведенных научными коллективами под руководством члена-корреспондента РАН М.К. Горшкова, в частности: «Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты» (2007); «Социальная сфера общества сегодня, завтра, послезавтра. Взгляд из Центра и регионов» (2008); «Социальная политика и социальные реформы глазами россиян» (2008). Привлекались материалы ФОМ, посвященные вопросам духовной культуры и опубликованные в журнале «Социальная реальность».

В качестве эмпирической основы исследования выступили также данные конкретно-социологического исследования, которое проводилось в г. Шахты Ростовской области под руководством доктора социологических наук, профессора Е.Л. Шилкиной в 2007–2009 гг. при участии автора. *(Всего опрошено 200 человек в 2007 и 400 человек в 2009 гг.)*

Научная новизна исследования в содержательном плане заключается в следующем:

1. выявлено отличие предметности социологии музыки от социальной истории музыки и теории музыки, которое состоит в том, что социологов интересует специфика функционирования музыки в обществе и социально-типические особенности ее восприятия и распространения;

2. выделено основание относительности структурной организации социологии музыки – незаданность смысла и полифоничность восприятия музыкальных произведений;
3. показан теоретический смысл дискурса о соотнесенности развития музыки и социума как центральная проблема социологии музыки;
4. на основе концепции Т. Адорно проанализированы типы восприятия музыки, показана их актуальность и применимость для изучения типологии слушательской аудитории современных россиян;
5. выявлены и описаны особенности социокультурного контекста современного российского общества – глобализация и коммерциализация культуры, влияющие на восприятие и потребление музыки в российском обществе;
6. на основе данных репрезентативных исследований обосновано, что музыка является универсальным видом социальной коммуникации.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Предметом социологического подхода к изучению музыки выступает музыкальная жизнь общества – процесс реального функционирования музыкальной культуры, взятой в социально-типических проявлениях ее восприятия в конкретных социально-исторических условиях.

2. Условность структурной организации социологической теории музыки объясняется незаданностью и неопределенностью смысла музыкальных произведений, что влечет за собой полифонию ассоциативных рядов восприятия и множественность интерпретаций, вариантов социального использования музыкальных произведений и обуславливает относительность расчлененности теоретического и эмпирического уровней ее анализа.

3. Центральными позициями, раскрывающими соотнесенность развития музыки и общества, выступают концепты М.Вебера (относительно последовательной рационализации музыки в историко-культурном процессе), Т. Адорно (относительно примитивизации музыки как потребительского товара) и А. Шюца (рассматривающего музыку как коммуникацию, влияющую на повседневную жизнь людей через их эмоции, чувства, сознание). Рассмотрение этих позиций

как взаимодополняющих позволяет представить развитие музыки «аналогичным» развитию общества с синхроничностью процессов их расцвета и кризиса.

4. Эвристический потенциал типологии восприятия музыки, разработанный Т. Адорно, состоит в возможности ее инструментального использования при эмпирических исследованиях слушательской аудитории современного российского общества, что позволило выявить наиболее релевантный тип – «развлекающегося слушателя».

5. Характеристики социокультурного контекста современного российского общества, влияющие на выбор потребления и восприятие музыкальных произведений, группируются следующим образом: 1. отсутствие страновых преград в музыкальных коммуникациях, обусловленных глобализационными процессами; 2. насыщенность ценностного мира людей ценностями общества потребления, нивелирующими различия в досуговой сфере молодежи и старшего поколения; 3. усиление роли музыки как языка социальной коммуникации; 4. ухудшение социальных источников воспроизводства интеллектуального потенциала в обществе; 5. восприятие музыки с позиций национальной идентичности; 6. востребованность музыкальных произведений определяется в значительной мере социальным положением, уровнем образованности, характером занятости, а также местом жительства людей.

6. Музыка воплощает в себе все типы коммуникативного взаимодействия: *интраперсональную* коммуникацию; *межличностную* коммуникацию; *групповую* и *внутригрупповую* коммуникацию; *массовую* коммуникацию. Слушательская аудитория в процессе коммуникации дифференцируется в соответствии со следующими показателями: уровнем личностного развития; музыкальными предпочтениями; субъективным выбором жизненного стиля; принципом внутригрупповой сплоченности; выбором канала коммуникации; половозрастными признаками.

Практическая значимость работы определяется потребностью осмысления процессов духовной жизни современного трансформирующегося российского общества, роли и значения музыки как фактора совершенствования духовного мира людей, с одной стороны, а с другой – как индикатора культурного уровня населения.

Содержание, инструментарий и выводы работы могут использоваться при чтении курсов «Социология», «Социология культуры и духовной жизни», а также при разработке специальных и факультативных курсов, в том числе специализированного курса «Социология

музыки». Возможно использование материалов исследования в практике воспитательной работы со студентами.

Результаты Работы используются в практической работе в ГОУ ВПО «Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса» на кафедре социальных технологий.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на III Всероссийском социологическом конгрессе (Москва, 2008), на региональных и межвузовских конференциях, на теоретическом семинаре научной школы «Социология культуры» в РФ РТА.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, включающих пять параграфов, списка литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность избранной темы, характеризуется степень ее разработанности, формируются цель и задачи, определяются объект и предмет исследования, теоретико-методологическая и эмпирическая база, раскрывается научная новизна, формулируются положения, выносимые на защиту, отмечается теоретическая и практическая значимость диссертации и ее апробация.

Глава 1 «Теоретико-методологические основания исследования музыки как средства социальной коммуникации» представляет собой последовательный анализ основных направлений исследования музыки и особенностей ее социологического анализа. Завершает главу рассмотрение типологии музыки Т. Адорно, выявление эвристического потенциала этой типологии для исследования российской слушательской аудитории. В **параграфе первом «Становление социологической предметности изучения музыки»** показано, что появлению социологии музыки предшествовали многочисленные исследования, в чем преуспевали в основном писатели и композиторы. Но в 90-х годах XIX века во Франции вышла в свет книга К. Беллага, затем изданная в России под названием «Музыка с социологической точки зрения»¹, положившая начало развитию социологии музыки как специальной социологической теории. Далее отмечается, что социология музыки входит в социологию искусства, а в более широком плане – в социологию культуры. Социология культуры в данном случае понимается как наука о функционирова-

¹ Сохор А. Структура, предмет и метод социологии музыки.

нии культуры в обществе, или, иначе говоря, о культурной жизни общества. Так и о социологии музыки можно сказать, что ее предметом служит музыкальная жизнь общества, то есть процесс реального функционирования музыкальной культуры в конкретных социально-исторических условиях. Показано, что музыкальная социология отличается от социальной истории музыки и от того, что можно было бы назвать социальной теорией музыки (хотя и соприкасается частично с ними). Различие состоит в том, что история и теория музыки ограничиваются изучением музыки как таковой, то есть того, что зафиксировано (или может быть зафиксировано) в нотах, а социология интересуется дальнейшей жизнью этой музыки в обществе, то есть ее распространением и восприятием.

Далее диссертант рассматривает работу классика социологии Макса Вебера «Рациональные и социологические основы музыки», вышедшую в 1921 году. Макс Вебер показывает процесс развития музыки как ее рационализацию от примитивной, подчиненной практическим целям, к музыке современного рыночного общества, где все приспособляется к соображениям интереса. Автор анализирует и другой подход, связанный с именем Теодоро Адорно, который полагал потребление музыки далеко не случайным процессом. Слушание музыки в своей официальной и публичной ипостаси предстает у Т. Адорно процессом духовного порабощения человека. Т. Адорно полагал, что музыка обладает, как минимум, двумя функциями: реализует идеологическую функцию (затушевывает противоречия общества, представляет их преодоленными, гармонизирует реальную дисгармонию, то есть создает и поддерживает иллюзию общества о самом себе) и познавательную функцию: в музыке воспроизводится истина, в ее материале воссоздаются общественные противоречия. Вторая функция является подлинной функцией музыки, единственно возможной в современном мире, она способствует освоению социальной жизни, адаптирует людей к ней, духовно развивая своих потребителей.

Далее рассматриваются направления исследования музыки отечественных ученых. Систематическое познание в области социологии музыки в России связано с именем Бориса Владимировича Асафьева. Ему принадлежит так называемая интонационная теория, согласно которой общая интонационная система зависит от структуры общественной формации. Диссертант уделяет внимание трудам Арнольда Наумовича Сохора, который описал задачи, структуры и методы социологии музыки, определил систему социальных функций

музыки, обосновал типологизацию современной музыкальной публики, трудности конкретно-социологического изучения музыки. Анализируя точки зрения относительно содержательного наполнения музыки, диссертант отмечает, что в своей работе он будет исходить из того, что музыка воспринимается людьми по аналогии с речью – как нечто, что потенциально может нести информацию, но, в отличие от осмысленной речи, передает ее через сложные ассоциативные ряды эмоционального восприятия. С восприятием музыки происходит тот же «казус», что и с восприятием художественного произведения: каждый человек в зависимости от степени развитости эмоциональной и интеллектуальной личностных сфер воспринимает не одно и то же, и понимание произведения у разных людей может различаться. В диссертации показано, что слушание музыки как бы репрезентирует ту или иную модификацию определенности слушательского «Я». В процессе потребления музыки, «разговаривая сам с собой», слушатель музыки как бы кристаллизует и обнажает свои личностные качества и свойства, усиливая процессы самоидентификации.

Диссертант отмечает, что особенности социологического рассмотрения музыки заслуживают особого внимания, так как в социологической теории концептуальное обоснование социологии музыки как особой теории среднего уровня нельзя назвать вполне сформировавшимся, а вопрос о релевантном эмпирическом исследовании в этой области остается не вполне разработанным.

Эти проблемы рассматриваются во **втором параграфе** первой главы **«Специфика структурной организации социологической теории музыки»**. Диссертант рассматривает сложность внутренней структуры социологии музыки, обусловленную спецификой самого предмета – музыки. Социология музыки состоит из отдельных социологических теорий: социологии профессиональной музыки (творчества и исполнительства), фольклора, социологии музыкального образования и пр. Далее показано, что это деление весьма условно, так как в самих музыкальных произведениях не всегда можно верно установить, какие именно явления или аспекты действительности отражает музыкальное произведение. Особенность не только музыки, но и иных видов искусства в том, что чем меньше очерчена определенность смысла в том или ином произведении, тем больший простор возникает у воспринимающего произведение для разного рода ассоциаций и репродукций сознания. И в этой «неопределенности» среди множества искусств у музыки нет равных по силе воздействия на человеческое сознание и поведение.

Автор обосновывает, что в социологии музыки на эмпирическом и теоретическом уровне исследования в центре внимания ученых – отношения, возникающие и развивающиеся между людьми под влиянием музыки, а также содержательные истоки последней и ее смысл. На важнейший вопрос – возможно ли социологическое изучение музыки, смысл и содержание которой не поддается точному определению, – диссертант отвечает утвердительно и обосновывает свою позицию следующим образом. Несмотря на то что природа музыки остается загадкой, а однозначное понимание ее смысла невозможно, она влияет на вполне реальные социальные явления и процессы, такие, как: социализация, формирование мировоззрения человека, духовный облик и культура человеческих сообществ, а также специфицирует социальные взаимодействия. Далее фиксируется противоречие: с одной стороны, – необязательность музыки для жизнедеятельности большинства людей, а с другой, – практически «поголовный» охват влиянием музыки всего населения мира. А то, что включено в контекст повседневной жизни людей, несомненно, оказывает влияние на их ценностный мир, восприятие окружающей действительности, мотивацию. Диссертант показывает, что именно поэтому музыку необходимо и возможно исследовать средствами социологии.

Если Т. Адорно говорит о примитивизации музыки и музыкальных вкусов, а М. Вебер ее упрощение и тиражирование трактует как эволюцию музыки, ее рационализацию, то А. Шюц рассматривает музыку как коммуникацию, влияющую на повседневную жизнь людей через их эмоции, чувства, сознание. Совокупность концептов этих великих социологов в области социологии музыки позволяет представить ее развитие своеобразной моделью социального развития, кризисные моменты развития музыки в какой-то мере отображают общественные диссонансы. Музыкальные произведения, передаваясь из поколения в поколение, функционируют (подчас на протяжении многих веков) как своеобразная духовная ценность. Это приводит нас к теории о «коллективных представлениях» (Эмиль Дюркгейм), которые имеют ценностное содержание, могут осознаваться или не осознаваться человеком, но обязательно мотивируют ассоциативную реакцию при «встрече сознания с объектом». Далее анализируются взгляды Т. Адорно, который полагал, что люди неодинаково воспринимают музыкальные произведения, музыкальный опыт людей «дифференцирован». Показано, что социокультурные факторы, в том числе – степень личностной развитости, обуслови-

вают возможность или невозможность восприятия человеком музыки того или иного типа. Поэтому одной из важнейших проблем социологического исследования музыки является изучение и типологизация отношений к самой музыке и классификация влияний музыки на стиль жизни ее потребителей.

Третий параграф первой главы *«Теоретические основы эмпирических исследований слушательской аудитории»* содержит анализ типологии слушательской аудитории Теодора Адорно и выявляет ее эвристический потенциал для типологизации потребителей музыки в современном российском обществе. Различные типы восприятия музыки Т. Адорно называет «модусами реагирования на музыку». Он полагал, что типология слушателей музыки не может быть полной, но она необходима для того, «...чтобы описать, очертить область, простирающуюся от слушания вполне адекватного, соответствующего развитому сознанию наиболее передовых профессиональных музыкантов, до полного непонимания и полной индифферентности в отношении материала»¹. Т. Адорно выделяет следующие типы слушателей музыки: 1. эксперт, воспринимающий музыку в совокупности с ее структурой, техникой и уровнем исполнения; 2. музыкальный тип восприятия, когда музыкальное образование необязательно и люди владеют имманентной музыкальной логикой; 3. буржуазный тип восприятия, или «образованный потребитель», музыка ему нравится, и он расценивает ее потребление как признак культуры и образованности; 4. эмоциональный слушатель, который во время прослушивания музыки высвобождает свои инстинкты и эмоции; 5. рессантиментный слушатель, отличающийся педантизмом, тяготеющий к традиции, правильности исполнения; 6. эксперты в области джаза, которые характеризуются эмоциональностью и спонтанностью восприятия, что в совокупности с протестным по отношению к официальной культуре характером джаза способствует образованию субкультуры его поклонников; 7. массовый развлекающийся тип – воспринимающий музыку не столько как смысловое целое, а как развлечение. Диссертант показывает, что эвристический потенциал и актуализм типологии восприятия музыки Теодоро Адорно состоит в возможности ее использования для анализа восприятия музыки населением современного российского общества. На основе обширного эмпирического материала – всероссийских репрезентативных исследований в работе показано, что тип

¹ Адорно Т. Указ. соч.

«развлекающегося» слушателя музыки является наиболее релевантным. Вместе с тем для этого типа – развлечение с помощью музыки является практически единственным источником музыкальной социализации. Это подтверждается конкретно-социологическими исследованиями, проведенными под руководством профессора Е.Л. Шилкиной при участии автора.

**Распределения ответов групп респондентов
г. Шахты Ростовской области в 2007 и 2009гг**

**(Всего опрошено 200 человек в 2007 г. и 400 человек в 2009 г.)
(в % от РКО)**

Таблица 1

Социально-профессиональный состав респондентов

№	Вариант ответа	2007	2009
1	Служащие с высшим образованием	43,9	49,5
2	Служащие со средним образованием	23,5	22,1
3	Рабочие	19,8	15,3
4	Предприниматели	7,5	7,3
5	Управленцы	2,7	4,8
6	Работающие в сельском хозяйстве	1,1	0,3
7	Безработные	1,6	0,8
	Всего	100,0	100,0

Таблица 2

**Распределение ответов групп респондентов на вопрос:
«Как часто Вы слушаете музыку?» (в % от РКО)**

№	Вариант ответа	2005	2007
1	Несколько раз в день	44,1	31,1
2	Несколько раз в месяц	9,0	5,6
3	Несколько раз в год	9,5	5,1
4	Каждую неделю	13,5	16,7
5	Каждый день	20,7	38,6
6	Практически не слушаю	3,2	0,5
7	Затрудняюсь ответить	100,0	2,3
	Всего	100,0	

**Распределение ответов групп респондентов на вопрос:
«Почему Вы слушаете музыку» (в % от РКО)**

№	Вариант ответа	2005	2007
1	Считаю, что культурный человек должен слушать и знать музыку	16,9	6,2
2	Люблю музыку, она будит в душе разные чувства	6,4	6,0
3	Музыка придает жизни радостное настроение, ритм	14,2	15,0
4	Музыка помогает общаться	33,3	28,3
5	Для отдыха и развлечения	26,5	40,3
6	Другое	0,9	0,2
7	Затрудняюсь ответить	1,8	4,0
	Всего	100,0	100,0

Автор показывает, что при прослушивании музыки происходит осознанная или неосознанная идентификация с текстом, мелодией, смыслом произведения, его настроением. А это в свою очередь воздействует и на духовный мир потребителя музыки, иерархизирует его эмоции, ценности, а в конечном счете и мотивы поведения. Диссертант вновь обращается к А. Шюцу, в центре внимания которого всегда находился генезис внелогических форм знания. Рассматривая музыку как мощную форму коммуникации, он полагал, что коммуникативное взаимодействие создателей музыки и ее слушателей, совершающееся через посредство исполнителей, предполагает интерпретацию, которая вводит событие из «внешнего» во «внутреннее» время. Поскольку повседневность оказывает свое социализирующее влияние на людей в процессе всей их жизни, то и музыка «предполагает, следовательно, одновременное участие партнеров в различных измерениях внешнего и внутреннего времени – короче говоря, в совместном росте и взрослении»¹. Современная популярная музыка, связанная с досугом населения, не всегда развивает духовный мир человека и вместе с тем является формой коммуникативного взаимодействия.

Вторая глава «Коммуникативные характеристики музыки» посвящена анализу ценностных оснований реализации коммуника-

¹ Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. с англ. А. Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой; Научн. ред. перевода Г.С. Батыгин, М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. С. 259.

тивной функции музыки. Известно, что любые взаимодействия разворачиваются в определенном социокультурном пространстве. В этом плане Россия имеет свои особенности, влияющие на потребление и восприятие музыкальных произведений. Поэтому в **первом параграфе** второй главы *«Особенности социокультурного контекста потребления и восприятия музыки в современном российском обществе»* предпринято выявление и анализ этих особенностей. Показано, что одна из особенностей современного потребления музыки населением России обусловлена процессами глобализации, когда производство, распределение и потребление музыкальных продуктов выходит за пределы национальных и государственных границ. Несмотря на то что глобализационные процессы сделали произведения музыкального искусства в буквальном смысле всепроникающими, их востребованность определяется в значительной мере местом жительства людей. Горожане в этом смысле имеют больший выбор, нежели сельские жители. Социальное положение, уровень образованности, характер занятости могут дифференцировать музыкальные предпочтения населения, расширять или ограничивать доступ к освоению и потреблению музыкальных произведений.

Некоммерческие сегменты (классическая симфоническая музыка, оперное искусство и др.), которые не могут существовать без поддержки государства, в условиях рыночных отношений вряд ли являются рентабельными в денежном измерении. Однако их влияние на духовную атмосферу общества, воздействие на процессы самореализации и развития личностных качеств и свойств нельзя недооценивать, особенно в условиях современного российского общества, где развивающаяся и крепнущая ориентация на денежный интерес способна вытеснить многие духовные интересы в ценностно-мотивационной сфере людей.

На основе анализа данных конкретно-социологического исследования¹ в диссертации показано, что классическая музыка имеет невысокий рейтинг у всех возрастных групп. Если при ответе на вопрос о необходимости наличия и развития в российском обществе классической музыки около 50% респондентов отмечают ее необходимость и желательность, то значение классической музыки для себя лично респонденты оценивают иначе.

¹ Исследование проводилось в г. Шахты Ростовской области (2007–2009 гг.) под руководством доктора социологических наук, профессора Е.Л. Шилкиной при участии автора.

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как часто Вы испытываете потребность
в прослушивании классической музыки?»
(в % к числу опрошенных в каждой возрастной группе)

№	Вариант ответа	2007			2009		
		возраст			возраст		
		18–25	26–40	41–55	18–25	26–40	41–55
1	Несколько раз в день	–	–	–	–	–	–
2	Несколько раз в месяц	–	–	–	–	–	–
3	Несколько раз в год	10	12	10	15	25	8
4	Каждую неделю	1	3	7	–	2	–
5	Каждый день	–	–	–	–	–	–
6	Практически не слушаю	62	57	51	71	65	60
7	Затрудняюсь ответить	27	27	32	14	10	32
	ВСЕГО	100	100	100	100	100	100

В данном распределении ответов наглядно просматривается незначительность присутствия в образе жизни респондентов духовных интересов, связанных с потреблением классической музыки. Это косвенно подтверждает положение о падении рейтинга классической музыки в современном российском обществе по сравнению с произведениями массовой музыкальной культуры. Исследование показывает, что респонденты чрезвычайно редко посещают концерты «живой» музыки, предпочитая музыку радио, музыкальную рекламу, использование электронных носителей. Исследования показывают, что музыкальное сопровождение рекламы запоминается потребителями, причем большинство связывает ту или иную музыкальную тему не с тем классическим произведением, из которого она заимствована, а с брендом продукта, который рекламируется. Далее на основе обширного эмпирического материала в диссертации выявляется такая особенность социокультурного контекста восприятия классической музыки, как неподготовленность к ее освоению, недостаточный уровень личностного развития респондентов. Дис-

сертант обращается к идеям А. Маслоу относительно «метапедагогики», с помощью которой возможно преодолеть названный социокультурный барьер.

Другой важной социокультурной особенностью, обуславливающей потребление и восприятие музыки, является насыщенность ценностного мира людей ценностями общества потребления. Это обстоятельство нивелирует различия в досуговой сфере молодежи и старшего поколения. Далее обосновывается, что низкий рейтинг классической музыки не позволяет ей выполнять роль эффективного коммуникатора. «Пальма первенства» в современном российском обществе принадлежит произведениям массовой культуры. В этих условиях эстрадная музыка различных направлений становится все более универсальным языком социальной коммуникации (в том числе и межпоколенческой), а следовательно, и важным элементом в жизни общества.

Во **втором параграфе** второй главы *«Коммуникативный универсализм музыки»* показано, что любой вид социального взаимодействия зависит от духовного и материального ресурсов человека. Духовный и материальный ресурсы являются важнейшим ценностным основанием, определяющим объем используемых коммуникаций. Далее аргументируется, что одни и те же общественные идеалы доходят до разных социальных групп разными способами, выявляется круг интересов, характерный для данной группы, и реализуются возможности и средства воздействия на слушателя. Зачастую включается механизм статусного потребления. В настоящее время в России потребление музыки связано с ценностным миром россиян, переориентировке на индивидуалистические ценности массового общества. Рыночные отношения, особенно в период своего становления, распространяясь на духовную сферу общественной жизни, «захватывают» и мир индивидуальных ценностей: потребности выживания и рыночного успеха оттесняют потребности культуры и духовной жизни на второй план. Вместе с тем музыка, как было обосновано выше, находит себе место в жизни практически каждого россиянина. И, несмотря на то что наиболее релевантным является тип «развлекающегося слушателя», музыка является мощным коммуникатором. В диссертации показано, что при всей многозначности понятия «содержание музыки» она будет воплощать в себе буквально все типы коммуникативного взаимодействия.

Далее кратко обозначаются и анализируются основные типы коммуникативного взаимодействия, воплощенные в музыке: *интра-персональная* коммуникация равна разговору с самим собой; *межличностная* коммуникация, которая связана с идеальной моделью коммуникации и во многом первична; *групповая* коммуникация: внутри группы, между группами, индивид – группа; *массовая* коммуникация происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по своим интересам и коммуникативному опыту групп. Уделяется внимание коммуникативным функциям музыки, среди которых – эмотивная, конативная; референтивная; поэтическая; фатическая. В работе обозначены также такие функции музыки, как магическая (заклинательная) и этническая (объединяющая народ).

В работе отмечается, что по сравнению с универсальным средством звукового общения людей – речью, специфика музыка проявляется также в невозможности однозначно выразить конкретные понятия, в строгой упорядоченности звуков, что намного увеличивает ее эмоциональную и эстетическую выразительность.

Музыка каждой нации в каждую эпоху отличается комплексом устойчивых типов звуко сочетаний, который можно назвать (метафорически) музыкальным «языком» этой эпохи. Его элементами являются типы звуко сочетаний, и каждый из этих элементов обладает множеством потенциальных значений и не может быть заменен на другой таким образом, чтобы не изменилось значение. Поэтому музыкальное произведение трудно адаптировать к уровню понимания людей с разным уровнем музыкальной культуры или этнических особенностей: перевод с одного музыкального языка на другой невозможен. Затем анализируются коммуникативные особенности и влияние музыки в контексте современных информационных технологий. Показано, что смысловые параллели, которые имеют место, например, в рекламной продукции, могут быть в большой степени примитивны и иллюстративны. Несмотря на это, они очень важны, так как включают наиболее активный слой коммуникатирующих смыслов, считываемых и усваиваемых коллективным сознанием массовой аудитории рекламного продукта, мощно воздействующих на человека.

Далее аргументируется положение относительно того, что слушатели музыки коммуницируют и дифференцируются в соответст-

вии со следующими показателями: уровнем личностного развития; музыкальными предпочтениями; субъективным выбором жизненного стиля; принципом внутригрупповой сплоченности; выбором канала коммуникации; половозрастными признаками.

В диссертации показано, что при всей многозначности понятия «содержание музыки» она будет воплощать в себе буквально все типы коммуникативного взаимодействия. Именно поэтому музыку отличает коммуникативный универсализм. Затем кратко обозначаются и анализируются основные типы коммуникативного взаимодействия, воплощенные в музыке: *интраперсональная* коммуникация равна разговору с самим собой; *межличностная* коммуникация, которая связана с идеальной моделью коммуникации и во многом первична; *групповая* коммуникация: внутри группы, между группами, индивид – группа; *массовая* коммуникация происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по своим интересам и коммуникативному опыту групп.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, формулируются основные выводы и обобщения, обозначаются возможные перспективы дальнейшего исследования проблемы.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

Статья из перечня ведущих научных журналов и изданий ВАК:

1. Новиков И.А. Типология восприятия музыки у Теодора Адорно [Текст] / И.А. Новиков // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – Спецвыпуск «Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук». – Ростов н/Д, 2009. (0,5 п.л.)

Научные статьи, доклады, тезисы:

2. Новиков И.А. Воздействие музыки на ценностное сознание: постановка проблемы [Текст] / И.А. Новиков // Социологические проблемы культуры и образования в России: Мат. докл. межвуз. теоретич. семинара. Ростов н/Д: РИО Ростовского филиала РТА, 2005. (0,5 п.л.)

3. Новиков И.А. Музыка в жизни молодежи [Текст] / И.А. Новиков // Образование, ценности, духовность. Мат. теоретич. док. Ростов н/Д: РИО Ростовского филиала РТА, 2006. (0,5 п.л.)

4. Новиков И.А. К вопросу о неоднозначности музыкальных смыслов [Текст] / И.А. Новиков // Актуальные проблемы гуманитарного знания. Ростов н/Д: РИО Ростовского филиала РТА, 2007. (0,15 п.л.)

5. Новиков И.А. О социологическом изучении музыки [Текст] / И.А. Новиков // Социология и общество: пути взаимодействия: Мат. III Всерос. социол. конгресса. – М.: Ин-т социологии РАН: Российское общество социологов, 2008. (0,1 п.л.)

6. Новиков И.А. Коммуникативный универсализм музыки. [Текст] / И.А. Новиков // Академический вестник. Ростовский филиал РТА: ежегодник. – 2009. – № 7 (0,3 п.л.)

7. Новиков И.А. Типология восприятия музыки [Текст] / И.А. Новиков // Актуальные проблемы современных социально-гуманитарных наук: сб. науч. статей / под ред. Т.А. Марченко. – Ростов н/Д, 2009. (0,4 п.л.)

Подписано в печать 24.11.2009. Формат 60 х 84/16.
Роталпринт. Объем 1,0 п.л. Тираж 100 экз. Заказ № 2-152.
ИПО ПИ ЮФУ
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 33.
тел. (863) 272-67-43.